



HOME > MEDIEN > MA PRINT: ES GEHEN WENIGER LESER ALS AUFLAGE VERLOREN

Gelesen wird in Deutschland immer noch sehr viel.

© Foto:W&V Online

#MA Print #Reichweiten

LEISTUNGSWERTE ZEITUNGEN/ZEITSCHRIFTEN | 27.07.2016 | von Petra Schwegler

MA Print: Es gehen weniger Leser als Auflage verloren

Trotz teils deutlich sinkender Auflagenzahlen [<URL:/medien/6_thesen_zur_print_ivw>](http://www.wuv.de/medien/6_thesen_zur_print_ivw) verlieren Zeitungen und Zeitschriften laut der aktuellen **MA Print** kaum an Reichweite. 89,4 Prozent der über 14-Jährigen lesen demnach Publikumszeitschriften (Vorjahr: 90 Prozent). Damit erreichen die 154 in der aktuellen **MA 2016 Pressemedien II Zeitschriften** ausgewiesenen Titel, Wochenzeitungen, zwei Zeitungssupplements, Lesezirkel sowie Kino pro Erscheinungsintervall 62,2 Millionen Leser (Vorjahr: 62,3). 7,9 Titel lesen die Menschen im Schnitt (Basis: WLK Weitesten Leserkreis, vorjahr: 7,98).

Die meistgelesene Gattung ist nach wie vor die Programmpresse – deren ausgewiesene Titel eine Gesamtreichweite von 55,4 Prozent (Vorjahr: 58,4) Prozent erreichen. Die Aktuelle Zeitschriften und Magazine finden Zugang zu 44,3 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung über 14 Jahren. Die Motorpresse kommt auf 28,5 Prozent Reichweite. Zur Erhebung der Reichweiten der Publikumszeitschriften wurden insgesamt 38.442 Personen in Deutschland befragt.

Julia Scheel, Vorstand Publikumszeitschriften der **agma**, über die vorliegenden Daten:

"Die Deutschen lieben Zeitschriften, denn nach wie vor werden sie von neun von zehn Personen über 14 Jahren genutzt. Dies beweist einmal mehr die unverändert hohe Bedeutung von Magazinen im Medienmarkt: Zeitschriften bieten Mediengenuss mit allen Sinnen, faszinieren und binden Aufmerksamkeit."

Und: 59,2 Prozent der Menschen in Deutschland lesen laut der **MA 2016 Tageszeitungen** ihr täglich Blatt (deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre; Vorjahr: 61,1 Prozent). Die Gesamtreichweite aller Zeitungen liegt bei 41,2 Millionen deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren (Vorjahr: 42,3). Regionale Abozeitungen werden täglich von knapp der Hälfte der

Bevölkerung gelesen (48 Prozent nach 49,7 Prozent Reichweite im Sommer 2015).

Hier gilt: Die MA 2016 Tageszeitungen ermöglicht erstmals den Vergleich der Leistungswerte auf der Basis des neuen Mikrozensus mit 1,3 Millionen weniger Deutschen, die 2011 gezählt worden sind. <URL:/medien/ma_print_und_radio_die_reichweiten_nach_dem_volksschwund>

Gerhard Müller, Vorstand Tageszeitungen der agma, deutet die Zahlen so:

"Die leicht sinkenden, aber nach wie vor hohen Leistungswerte bestätigen die Tageszeitung als etabliert verlässlichen Werbeträger. Besonders erfreulich hierbei sind die leichten Leserzuwächse der überregionalen Abozeitungen, die zu dieser Stabilität beitragen."

Bei einem Blick auf die Daten zeigt sich, dass sich an den Konstellationen auch im geschrumpften Deutschland wenig geändert hat. Bei den Zeitschriften etwa bleibt das Verbandsblatt **"ADAC Motorwelt"** mit einer Gesamtreichweite von 14,89 Millionen Lesern (Vorjahr: 15,3) deutlich an der Spitze, die TV-Beilage **"rtv"** folgt mit 9,95 und die **"Bild am Sonntag"** mit 8,5 Millionen Lesern.

Das Segment der Nachrichtenmagazine beherrscht das **G+J**-Flaggschiff **"Stern"** mit mehr als 6,8 Millionen Lesern vor **"Spiegel"** (6,44 Millionen) und **Burdas "Focus"** (4,28 Millionen) - sie alle mit Reichweitenzuwachs bei gesunkener verkaufter Auflage, wie die IVW erst vergangene Woche bekannt gegeben hatte <URL:/medien/6_thesen_zur_print_ivw>.

Ebenfalls mit Leserzuwachsen: Bei den People-Blättern liegt Burdas **"Bunte"** (3,92 Millionen Leser) vor dem G+J-Titel **"Gala"** (3,19 Prozent Gesamtreichweite). **"Die Zeit"** erreicht nun 1,71 Millionen Leser.

Bei den Zeitungen bleibt **Springers** Kaufblatt **"Bild"** ganz oben: mit jetzt 9,96 Millionen Lesern (Vorjahr: mehr als 10,3 Millionen Leser). Bei den überregionalen Blättern hält sich laut aktueller MA die **"Süddeutsche Zeitung"** mit 1,13 Millionen Lesern Gesamtreichweite ganz stabil und auf dem Niveau des Vorjahres vor der **"FAZ"** (690.000 Leser) mit Mini-Zuwachs, Springers **"Welt"** (700.000 und damit 30.000 Leser mehr trotz Auflagenschwund) und **"Handelsblatt"** (380.000 und damit 40.000 Leser weniger trotz Auflagenzuwachs) sowie **"taz"** (210.000 Leser).

Für die Untersuchung wurden mehr als 136.000 Menschen nach ihren Lesegewohnheiten befragt, darunter auch deutschsprachige Ausländer.

Unter den Verlagen feiert sich die **Bauer Media Group** nach den aktuellen MA-Zahlen als "reichweitenstärkstes Medienhaus bei Print". Fast jeder zweite Deutsche (46 Prozent) liest demnach eine Zeitschrift von "Europas größtem Zeitschriftenverlag". Das entspricht 32,03 Millionen.

Wenn Sie sich einen detaillierten Überblick über die Reichweiten der neuen MA

Zeitschriften und Tageszeitungen machen wollen – [hier geht es zur umfassenden Tabelle](http://www.wuv.de/content/download/390198/7446476/file/Vergleich_MA16ptll-MA16ptl.xls)
<URL:http://www.wuv.de/content/download/390198/7446476/file/Vergleich_MA16ptll-MA16ptl.xls>.

(1) LESERKOMMENTAR

27.07.2016 13:39 Uhr von Media Män

Die drei größten deutschen Wunder der Nachkriegszeit:

1. Das Wunder von Bern
 2. Das Wunder der deutschen Einheit
 3. Das Wunder der steigenden Print-Reichweiten bei kontinuierlich - und tw. dramatisch - sinkenden Auflagen. - Agma akbar!
-

UPDATES

Zum ersten Artikel des Streams <URL:[/medien/6_thesen_zur_print_ivw](http://www.wuv.de/medien/6_thesen_zur_print_ivw)>

27.07.2016 MA Print: Es gehen weniger Leser als Auflage verloren

<URL:[/medien/ma_print_es_gehen_weniger_leser_als_auflage_verloren](http://www.wuv.de/medien/ma_print_es_gehen_weniger_leser_als_auflage_verloren)>

verlag.wuv.de | [W&V Job-Network](#) | [Mediadaten](#) | [Kontakt](#) | [Impressum](#) | [Disclaimer](#) | [Datenschutz](#) | [Login](#) | [Registrieren](#)